



MAO
メモリアルアートの大野屋

SPECIAL INTERVIEW

SHIZUKA
OHSAWA

1959年、東京都出身。成蹊大学経済学部卒。三井建設を経て、1985年メモリアルアートの大野屋入社、取締役就任。専務取締役、副社長を経て、1999年代表取締役社長最高執行責任者、2007年代表取締役社長最高経営責任者（CEO）。

特別企画

メモリアルアートの大野屋 80周年記念

大澤静可 社長

インタビュー

メモリアルアートの大野屋は3月に創業80周年を迎えます。創業以来、多くのお客様に親まれてきたことで、今日に至ることができました。今回は80周年を迎えて大澤静可 社長の心境をご紹介します。

メモリアルアートとは 企業姿勢を打ち出した言葉

「創業80周年をお迎えになる心境をお聞かせください。」

「80周年を迎えられたのは、これまで大野屋を支えてきてくださったお客様をはじめ、お取引先、協力会社の皆様のおかげだと実感しております。改めて、ここに深く感謝申し上げます。」

ただ、80周年はあくまで節目であって通過点です。大野屋はこれからも仏事関連総合サービス業として、今後も安心をお届けできるよう、イノベーションを繰り返しながら、新たな歴史を刻んでいきたいと考えています。」

私自身については、この大きな節目を迎える時代に、たまたまご縁あって代表を務めさせていただいているという認識であります。私の役割は、先人たちが積み上げてきたことを大切に受け止めながら、さらなる飛躍を求めて、未来へ繋ぐ形を作ることではないかと考えています。」

「社名の「メモリアルアート」にはどんな由来があるのでしょうか。」

「メモリアルアートとは造語です。記念、記憶、追憶などを意味する。メモリアル」と、芸術・技術などを意味する「アート」を結び付けた言葉です。」

社名を変更したのは1977年。メモリアルという言葉で、死者を追憶するために建てるもの、という墓地の新しい在り方を主張。アートという言葉は、墓は故人にふさわしい個性的なものであるべきで、芸術品でもあるのだから、ご遺族が望めば、いろいろな形があってもよい、という大野屋の企業姿勢を打ち出したのです。当時は日本一長い社名だったらしく話題になったようです。」

大澤社長が大切にされていることとはどんなことでしょうか。

「強く意識しているのは、企業の永続性です。どの会社の社長も自分の会社がつぶれても良いと思う人はいません。それでも敢えて会社の永続性を強く求めるのは、私たちがお客様と永続的な関係を築き、いつまでもお客様に添い遂げたいと願っているからです。お客様にとって大きな買い物はお客様を作ることです。でもそこで終わりで

はなく、私たちとの関係はそこがスタートです。お墓を作った後、お身内の方が亡くなったからお骨をお墓に納めなければいけません。戒名も追加します。このときに私たちの会社がなかつたら、お客様は、どこに知らせればよいか困ってしまいます。次の世代、そのまた次の世代の方にも寄り添い続けるため、会社の永続性が求められるのです。」

私が個人として大切にしているのは、相手のことを思うこと。その相手の大切な時間を奪わないことに気を付けています。一緒にいることでお互いに価値があれば奪っていることになりませんが、無用に奪うのは罪だとすら思っています。」

100周年を迎えても 存在価値の高い会社に

「近年は供養の形が変わっていきま

すがどのようにお感じでしょうか。」

「昨今は超高齢化や核家族化、少子化などにより、様々な選択肢が生まれ、供養の形も大きく変わってきています。こうした多様化する時代の流れは基本的に良いと思っています。ただ、日

本人が大切にしてきた「心」が変容してしまう変化は問題があると思います。死生観や葬送感、供養心です。こうした日本人らしい心が失われれば、選択肢が増えていくのは良いことではないでしょうか。」

今後、100周年に向けての展望を教えてください。

「100年経っても世の中に対して存在価値の高い会社であるべきです。弊社の経営理念でも、わが社は、すべての仕事を通じて、人と社会に感謝し、世の中に存在価値を認められる経営を進める」と、うたっています。あと20年。その時、私は生きています。あともうませんが、次の世代を担う人たちに過去を伝え、今を教え、未来へ繋げるのが私の務めだと思っています。」



これからもお客様と永続的な関係を築き、いつまでも添い遂げたい。